

СЕКЦИЯ 3

ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Е. Д. Александрова
Научный руководитель: Л. А. Кинева
*Уральский федеральный университет
имени первого Президента Б. Н. Ельцина
Екатеринбург*

РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ РУССКОГО ПЛАКАТА: ОТ ФОТОМОНТАЖА ДО ЦИФРОВОЙ ПЕЧАТИ

Аннотация: в статье рассматривается роль технологий в развитии русского плаката и их влияние на инструментарий графического дизайнера от конструктивизма до современности.

Ключевые слова: Советский плакат, типографика, фотомонтаж, компьютерно-цифровые технологии в дизайне.

E. D. Alexandrova
Scientific supervisor: L. A. Kineva
*Ural Federal University named after the first President B. N. Yeltsin
Yekaterinburg*

THE ROLE OF TECHNOLOGY IN THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN POSTER: FROM PHOTOMONTAGE TO DIGITAL PRINTING

Abstract: the article examines the role of technologies in the development of the Russian poster and their impact on the tools of the graphic designer from constructivism to modernity.

Keywords: Soviet poster, typography, photomontage, computer-digital technologies in design.

Русский плакат — явление уникальное и относительно молодое, насчитывающее всего-то чуть более 100 лет. За этот сравнительно небольшой отрезок развития он неоднократно менялся, обновлялся как в жанровом, так и в стилевом смысле.

Изучение его представляется весьма интересным еще и потому, что плакат в силу своих целей и задач переплавляет все художественные методы и приемы — графику, рисунок, живопись, фотографию, каллиграфию. Но только новые технические возможности позволили превратить плакат в искусство яркое, многократно тиражируемое, дешевое и поэтому доступное каждому, организующее городскую среду и общественный интерьер.

Русское плакатное искусство начало стремительно развиваться в последней четверти XIX в. Уже в 1897 г. в Санкт-Петербурге была открыта Международная выставка художественных плакатов, где были представлены коллекции плакатов из разных стран, общее количество которых составляло около 700 произведений. Используя возможности литографии, рекламный плакат того времени носил ярко выраженный характер художественности и живописности [1].

После Революции 1917 г. дизайн плаката принял иной вектор развития. Новая эпоха требовала новых художественных решений, поиска нового художественного языка, которым и стала плакатная графика. Именно в это время начинается широкое распространение плаката в быту и городской жизни, а также появляется новый вид — агитационный. Искусство плаката получило первый

значительный импульс в своем развитии в 1920-е гг. во многом благодаря творчеству художников-конструктивистов, заложивших важнейшие принципы дизайн-проектирования, которого до сих пор придерживаются дизайнеры, среди них: учет «социального заказа»; системный подход к разработке комплексных объектов (серия изданий, фирменный стиль) [7]. Художники этого направления первыми начали воспринимать рекламу как самостоятельную деятельность, отыскивали новые, нестандартные подходы к проектированию. «Полиграфия, графика, книжный дизайн, графический дизайн в целом оказались ведущей областью дизайна 1920-х гг. Именно издательское дело, благодаря общей ориентации на культурную революцию и ликвидацию безграмотности, а также дореволюционным традициям книгопечатания, оказалось наиболее развитым по сравнению с другими видами производства» [4, с. 171].

Следствием тех возможностей, которые внес в плакатное творчество конструктивизм, было выявление жесткой геометрической структуры композиций, преобладание линейных элементов, яркое выделение внутреннего пространства в произведении. Крупные композиции из шрифтов, помещенные на цветных плоскостях, монтировались в них с фрагментами фотопортретов — этот метод «конструирования» плаката стал известен, в частности, благодаря работам А. Родченко. Технику фотомонтажа часто использовали и другие художники, такие как Л. Лисицкий, А. Лавинский, Г. Клуцис, В. и Г. Стенберги. Известный российский исследователь плакатного творчества Н. И. Бабурина пишет о периоде 1920-х гг. как о времени, когда фотомонтаж становится ведущим изобразительным приемом в деятельности художников-плакатистов, «монтажное мышление становится знаком времени» [1, с. 89].

Рекламные плакаты эпохи конструктивизма были ярким началом долгого пути становления российского графического дизайна. До сих пор фотомонтаж, открытый конструктивистами, остается актуальным. Так, например, серия плакатов молодого дизайнера Сони Ореховой «Танцклассы» выполнена в стилистике конструктивизма с использованием фотомонтажа, цветных акцентных плоскостей, геометрических композиций, диагоналей и динамики, яркой типографики, но уже на основе современных технологий.

В 1920-е гг. художники использовали светочувствительные эмульсии, химикаты, оптику, свет, цвет и полиграфическую технику для создания фотоколлажа. Сейчас дизайнер может вопло-

тить все свои идеи с помощью специальных программ с большим функционалом, так, например, редактор Adobe Photoshop позволяет создавать более эффектные «живые» фотографии.

На следующем этапе развития плаката в 1930-е гг. появилась необходимость вернуть товар в «среду обитания» человека, показать его связь с действительностью, акцентировать внимание на человеке-производителе или потребителе [1]. Одним из выдающихся деятелей рекламы этого времени считается И. Боград, который внес в плакатную графику композиционные приемы и динамику построения кинокадра, использование ракурса и перспективы, а также создание плакатного постановочного натюрморта. Шрифт в работах И. Богграда был всегда органически связан с их графической составляющей.

Тенденции соцреализма в плакатном проектировании, сложившиеся в 1930-х гг., продолжали использоваться в течении длительного времени, практически до 1960-х гг. [3]. И в настоящее время стилистические приемы советского плаката используют дизайнеры, а это применение в плакатном жанре большого разнообразия различных шрифтов: гротеска, курсива, брусковой антиквы, акцидентные (декоративные формы рукописных шрифтов) и др.

В XX в. высокая печать с использованием свинца, фотополимеров и пластмассы была заменена плоской офсетной печатью, что значительно повлияло на качество полиграфической продукции [5]. Офсетная печать позволяла использовать дополнительные палитры. Тончайшие оттенки, линии и прочие особенности изображения передавались максимально точно, что давало возможность усложнить композицию плаката, использовать более мелкие детали.

Одним из новшеств художников-плакатистов прошлого века можно назвать введение образа «героя» в контекст плакатного жанра. Для внедрения рекламируемого продукта в жизнь потребителей советские графики использовали традиционные выразительные средства рекламы: гиперболу, метафору, ассоциацию. Они смягчались юмористическими зарисовками и необычными персонажами — забавными животными, маленькими человечками и т.д. Эти стилизованные герои послужили прототипами для так называемых маскотов (персонажей-талисманов), дизайн которых активно используется и в наши дни. Примером могут служить серии плакатов Татьяны Плотниковой для заведения

OBEDBUFET, которые украшают улыбчивые персонажи-продукты питания, зазывающие потребителя в рекламируемую точку питания. Этот прием, впервые возникший в 1930-х гг., со временем начал набирать все большую популярность и востребованность, и сейчас трудно представить какую-либо рекламную компанию без привлекающего внимание персонажа.

В XXI в. новые цифровые технологии кардинально изменили основы полиграфии. Цифровая печать успела себя зарекомендовать как максимально оперативная. Высокоскоростные цифровые печатные машины позволяют вносить изменения в продукцию прямо во время печати тиража, что раньше считалось невозможным. Таким образом, теперь при печати можно получить множество различных вариантов в тираже одного издания, вместо набора идентичных экземпляров. Дизайнер может самостоятельно писать и набирать текст, подбирать иллюстрации, верстать издание и даже осуществлять подготовку к печати. Теперь замена печатной машины не является проблемой, она не требует никаких изменений в структуре производства, можно менять машины разных форматов и технологий печати, подключать их к компьютерной системе и печатать издания буквально в любой точке мира. С появлением нового уникального оборудования, программного обеспечения, совершенных технологий создается полиграфическая продукция высочайшего качества.

В дизайнерский инструментарий прочно вошли новые приемы, такие как образы массовой культуры, элементы технологического мышления: монтажность, программирование операций, серийность и т. д.

Появились новые виды создания иллюстраций — *digital art*, т. е. цифровое искусство. Для него необходимы лишь графический планшет и компьютер.

Современный дизайнер работает с виртуальной информационной средой. В нее можно поместить электронные копии объектов, такие как книги, фотографии, плакаты и пр. Если в реальности с течением времени продукт дизайна теряет свою целостность (пачкается, рвется, теряется и т. д.), то в виртуальной среде он остается в своем изначальном виде. Важно упомянуть о появлении нейронных сетей-алгоритмов, построенных по принципам работы человеческого мозга. Они используются для оптимизации процессов, распознавания образов, прогнозирования и т. д.

Нейронные сети способны к самообучению, благодаря этой способности они могут решать масштабные задачи и самостоятельно обучаться на основе произведенных действий. Новейшие технологии позволяют мгновенно генерировать дизайн, что значительно снижает время, затраченное на его производство. Так в сфере web-дизайна существуют конструкторы сайтов, такие как Wix и Tilda, которые позволяют дизайнеру создать проект без необходимости привлечения специалистов из других областей. Так, например, молодые дизайнеры создают сайты-визитки и сайты-портфолио для себя на базе конструкторов, что позволяет выгодно представить свои проекты и возможности.

За более чем столетнюю историю русского плаката он не потерял своей актуальности и востребованности. В настоящее время плакат остается наиболее популярным видом наружной рекламы. Благодаря новейшим технологиям, выразительные средства, используемые в проектировании полиграфических изделий, во много раз превышают по своему многообразию инструментарий советских художников — это игра с пространством, использование устаревшей графики для передачи новых смыслов, нестандартные сочетания, многослойные композиции, оптические иллюзии, авторская типографика и т. д. При использовании новых полиграфических технологий эксперименты со шрифтовыми сочетаниями в наше время создают абсолютно новое качество плакатной графики. Более того, фундаментальной проблемой в современном плакате становится взаимоотношение слова и графической формы, текста и контекста в графическом дизайне. Развитие жанра плаката в современном графическом дизайне показывает, что «текст и слово из статического объекта превращаются в динамический, более того — в интерактивный элемент композиции» [6, с. 17].

Искусство плаката видоизменилось под влиянием научно-технического мышления, теперь перед дизайнерами стоит другая задача — освоение новейших информационных технологий и нового визуального языка. Качественный дизайн и низкие затраты на производство полиграфического издания вызывают большой отклик у потребителей. Благодаря этому свойству рекламный плакат еще долго будет сохранять ведущую позицию на рынке рекламы [2].

Библиографический список

1. *Бабурина Н. И.* Русский рекламный плакат. М.: Контакт-культура, 2001. 224 с.
2. *Данильян Л. В., Тюркеджи Е. В.* Плакатная графика в исторических и социокультурных реалиях XX в. и современный дизайн плаката // Донецкие чтения 2019: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: межд. конф. Донецк, 31 октября 2019 г. Донецк: ДонНУ, 2019. С. 380–383.
3. *Егорова Т. В.* Рекламный плакат периода «хрущевской оттепели» // «Оттепель» как социокультурный и общественно-политический феномен : межд. конф. Кострома, 27—28 апреля 2018 // Кострома : Костром. гос. ун-т, 2018. С. 189–195.
4. *Лаврентьев А. Н.* История дизайна. М.: Гардарика, 2007. 296 с.
5. Плакаты русского конструктивизма 1920—1930-х годов [Электронный ресурс] URL: <https://tramvaiiskusstv.ru/plakat/articles-plakat/item/1274-15-11-2017-russkij-konstruktivizm-1920-kh-1930-kh-> (дата обращения: 05.03.2021).
6. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для СПО / под ред. А. Н. Лаврентьева. М.: Юрайт, 2019. 208 с.
7. *Шутова А. С., Быстрова Т. Ю.* Использование приемов конструктивизма в современном графическом дизайне / А. С. Шутова, Т. Ю. Быстрова // Урал индустриальный: Бакунинские чтения: индустриальная модернизация Урала в XVIII–XXI вв. : материалы науч. конф. Екатеринбург, 4–5 декабря 2014. Екатеринбург : Изд-во УМЦ-УПИ, 2014. С. 346–349.